

ANALISA DAN MANAJEMEN STRATEGIS DALAM MEMBANGUN B2C E-COMMERCE : (STUDI KASUS UKM GRABAH PLERED PURWAKARTA)

Taqwa Hari Guna

Jurusan Teknik Informatika, STMIK AMIKOM Purwokerto

Telp : (0281) 623321 Ext : 16 Fax : (0281) 621662

E-mail : hariguna@ymail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah perusahaan e-commerce, produk yang akan dijual adalah kerajinan grabah milik ukm-ukm yang ada di kecamatan Plered, kabupaten Purwakarta Jawa Barat, untuk peningkatan penjualan kerajinan grabah serta memperluas market share yang akan dipasarkan melalui media online. Metode penelitian yang di pakai adalah manajemen strategis J. David Hunger & Thomas L. Wheelen. Teknik analisis yang digunakan ada dua, 1. Analisa Eksternal: Teknik yang dipakai PEST untuk lingkungan social dan Porter Five Force untuk lingkungan tugas, 2. Analisa Internal: Teknik yang dipakai adalah Value Chain. Hasil yang di dapat dari penelitian adalah sebuah kerangka kerja dalam pembangunan e-commerce dengan pendekatan B2C yang akan digunakan pada ukm-ukm kerajinan grabah di kecamatan Plered dan website e-commerce sebagai media transaksi pembelian.

Kata kunci : E-Commerce, Manajemen, Strategis, UKM

1. PENDAHULUAN

E-commerce merupakan terobosan baru dalam dunia informasi, karena dapat memberikan suatu informasi dalam bentuk lebih menarik, menyenangkan dan online setiap saat tanpa batas waktu, asalkan semua perangkat teknologi memenuhi.

Potensi daerah dikabupaten Purwakarta cukup besar antara lain kerajinan grabah yang terletak di kecamatan Plered, kerajinan ini masih bersifat *home industry*, di tahun 1990an kerajinan grabah di kecamatan Plered ini cukup dikenal baik lokal maupun mancanegara, di tahun 1998 kerajinan ini mengalami kemunduran yang diakibatkan oleh krisis ekonomi. Dimasa kejayaan kerajinan grabah dan keramik Plered, setiap pengrajin memiliki gerai untuk memajang hasil karyanya dan setiap pengrajin dinaungi oleh kelompok usaha.

Di tahun 2010 pemerintahan propinsi Jawa Barat membentuk komunitas informasi masyarakat (KIM) yang bertujuan untuk mewadahi aktifitas masyarakat dan kelompok usaha yang ada di setiap kabupaten dan kota, untuk memberikan akses ke dunia luar, agar kegiatan kelompok usaha ini dapat di lihat oleh masyarakat luas, baik lokal maupun mancanegara.

Dalam prosesnya kegiatan kelompok informasi masyarakat ini masih belum dapat dimanfaatkan secara baik, dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang handal untuk memanfaatkan dan mengelola secara baik dan benar untuk kepentingan bisnis. Sehingga dibutuhkanlah sebuah media yang dapat menggantikan proses bisnis yang lama ke poses bisnis yang baru yaitu dengan memanfaatkan e-commerce.

2. METODE PENELITIAN

Sebuah aplikasi e-commerce dirancang untuk dapat mendukung strategi bisnis organisasi dan kebutuhannya. Bila strategi bisnis berubah dikarenakan faktor eksternal seperti perubahan politik, ekonomi, perkembangan teknologi, pesaing. Maka sistem yang dibangun harus cepat dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut. Rencana informasi strategi bertujuan untuk merancang sebuah aplikasi e-commerce yang mampu untuk memberikan keunggulan kompetitif dan mampu mempertahankannya. Agar

perancangan rencana strategi dapat dibuat dengan baik maka diperlukan suatu kerangka kerja rencana strategis yang baik.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah model manajemen strategis yang diusulkan oleh J. David Hunger & Thomas L. Wheelen.

Tahap-1. Persiapan Perencanaan

Tahapan ini bertujuan untuk mempersiapkan kegiatan apa saja yang akan dilakukan, wawancara, observasi dan studi literature.

Tahap-2. Pengamatan lingkungan

Pada tahap pengamatan lingkungan ada dua hal yang harus di perhatikan yaitu analisis internal dan analisis eksternal :

1. Analisis Eksternal

Analisis eksternal terdiri dari variable-variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian :

- lingkungan kerja.

Lingkungan kerja terdiri dari elemen-elemen atau kelompok yang secara langsung berpengaruh atau dipengaruhi oleh operasi-operasi utama organisasi. Beberapa elemen tersebut adalah pemegang saham, pemerintah, pemasok, komunitas local, pesaing, pelanggan, kreditur, serikat buruh, kelompok kepentingan khusus dan asosiasi perdagangan.

Analisis PEST

Teknik yang digunakan dalam menganalisa eksternal lingkungan kerja adalah PEST untuk mengetahui kondisi Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi yang berkembang saat ini dan *trend* ke depan seperti apa, Dari hasil analisis ini akan diperoleh peluang teknologi SI/TI yang dapat digunakan dalam mendukung strategi organisasi

- Lingkungan kerja social. Lingkungan kerja perusahaan sering disebut industri, terdiri dari kekuatan umum, kekuatan itu tidak berhubungan langsung dengan aktivitas-aktivitas jangka pendek organisasi tetapi dapat dan sering mempengaruhi keputusan-keputusan jangka panjang.

Analisis Five Force Porter

Teknik analisis pada tahap ini adalah analisis five force porter. dilakukan agar dapat mengetahui faktor-faktor di lingkungan tugas/kerja yang mempengaruhi kinerja organisasi, antara lain pesaing, pendatang baru, produk pengganti, konsumen dan pemasok.

2. Analisis Internal

Lingkungan internal terdiri dari variable-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan. Variabel-variabel ini meliputi struktur, budaya dan sumber daya organisasi.

Analisis Value Chain

Dalam analisis *Five Force Competitive Porter Model* melakukan analisis faktor-faktor di luar organisasi yang setelah itu akan dilakukan analisis *value chain* untuk merinci rangkaian kegiatan dari awal sampai dengan akhir.

3. Analisis SWOT

Faktor-faktor eksternal internal tersebut akan dianalisis dari aspek politik, ekonomi dan hukum, kemudian dianalisis menggunakan *Five Force Competitive Model* untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berkorelasi secara langsung atau pun tidak langsung terhadap organisasi yang berasal dari luar organisasi. Hasil dari analisis *Five Force Competitive Model* dan analisis value chain akan dimasukkan ke dalam diagram SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dalam memanfaatkan peluang, juga untuk menangani kelemahan dengan memanfaatkan peluang.

Tahap-3. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

Tahap-4. Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan.

Tahap-5. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melalui aktivitas-aktivitas dengan kinerja yang diinginkan. Para manajer disemua level menggunakan informasi hasil kinerja untuk melakukan tindakan perbaikan dan memecahkan masalah. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen terakhir yang utama dari manajemen strategis, elemen ini juga bisa menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhan untuk dimulai kembali.

3. HASIL PENELITIAN

Tahap-tahap manajemen strategi pembangunan e-commerce dengan metode wheelen & hunger pada CV.Purwakarta Online adalah sebagai berikut.

Pengamatan lingkungan

Pengamatan lingkungan ada dua hal yang harus di perhatikan yaitu analisis internal dan eksternal, hasil dari analisis ini akan menghasilkan kesempatan dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan:

Dari hasil analisis Eksternal CV.Purwakarta Online di dapat sebagai berikut :

a. Lingkungan Sosial

1. Faktor **Politik (dan Hukum)**
 - Munculnya Undang-undang otonomi daerah yang mendorong setiap daerah untuk berperan aktif dalam membangun daerah masing-masing.
 - Terbitnya undang-undang ITE yang mengatur tentang transaksi electronic.
 - Kebijakan pemerintah daerah membentuk Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)
 - Dukungan pemerintah dalam pameran internasional.
2. Faktor **Ekonomi**
 - Krisis ekonomi global mengakibatkan nilai konsumsi berkurang.
 - Barang kerajinan memiliki nilai artistic tinggi.
3. Faktor **Sosial (dan Demografi)**
 - Kecanggungan merubah kebiasaan
 - SDM yang kurang memahami SI/TI
4. Faktor **Teknologi**
 - Perkembangan computer dan internet yang sangat cepat.
 - E-Commerce yang dapat merubah kegiatan bisnis.

b. Lingkungan Tugas/Kerja

1. Faktor **Pesaing-pesaing yang sudah ada (Current Competitor)**
 - Biaya rendah
 - Banyak pilihan
 - Kenyamanan dalam berbelanja

2. Faktor **Pendatang Baru**

- Masuknya barang-barang dari Cina yang murah dan mudah ditemukan di pasar.
- Barang-barang dari Cina dibuat menggunakan mesin sehingga kapasitas produksi lebih banyak.
- Produk Vietnam yang lebih murah

3. Faktor **"Substitute Product and Service"**

- Packing yang baik sesuai permintaan customer

4. Faktor **Penawar dari Pelanggan (*Bargaining Power of Customer*)**

- Pembeli menginginkan produk yang didesain oleh pembeli sendiri.
- Pembeli menginginkan jaminan packing yang baik pada saat pengiriman.
- Adanya lebih banyak pilihan barang.

5. Faktor **Penawar para Pemasok (*Bargaining Power of Supplier*)**

- Calon pembeli membandingkan harga dengan produk sejenis dari luar negeri (Cina dan Vietnam).
- Calon pembeli membandingkan desain produk yang tersedia.

Dari hasil analisis Internal CV.Purwakarta Online di dapat sebagai berikut :

Analisis internal terdiri dari dua variabel meliputi struktur budaya dan sumber daya organisasi.

Untuk menentukan struktur budaya dan sumber daya organisasi di gunakan teknik analisis value chain, yang terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung.

Aktivitas Utama :

1. Bahan dasar : ketersediaan bahan dasar ekonomis
2. Desain : proses papembentukan bahan
Pembentukan : yaitu proses pencetakan secara manual
Pembakaran : proses pembakaran grabah untuk pengerasan
3. Packing : proses pengemasan barang
Pengiriman : pengiriman dilakukan dengan menggunakan jasa perusahaan pengiriman barang
4. Penjualan : penjualan dilakukan di gerai dan pada saat mengikuti pameran.
5. Service purnajual : dilakukan untuk memberikan jaminan pada produk yang dikirim.

Aktivitas Pendukung :

1. Infrastruktur : yang dibutuhkan adalah Internet, Komputer, Website
2. Manajemen Sumberdaya Manusia : SDM yang kompeten dibidang operator computer dan ahli berbahasa inggris. Pengrajin handal
3. Pengembangan Teknologi : e-commerce yang merubah cara berbisnis.
Pembelian : peningkatan pembelian

Dari analisis diatas dapat di petakan kedalam SWOT analisis untuk melihat seberapa besar peta kekuatan dan kelemahan cv.purwakarta online, hasilnya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1: Hasil Analisis SWOT

Kekuatan		Kelemahan	
s1	Harga bersaing	w1	Kurang Tenaga ahli dibidang SI/TI
s2	Relasi baik	w2	Tidak ada yang mewadai aktifitas bisnis Tidak ada media promosi yang bersifat up to date
s3	Brand Image yang baik	w3	up to date
s4	Dukungan Supplier		
s5	Dukungan Pemerintah daerah		
s6	Jaringan distribusi yang baik		
Peluang		Ancaman	
o1	Perkembangan Teknologi Informasi membuka peluang untuk memperluas pasar bisnis	t1	Munculnya pendatang baru dengan harga murah
		t2	Masuknya kerajinan Vietnam
o2	E-Commerce dapat merubah kegiatan bisnis	t3	Pesaing menggunakan teknologi informasi

Dari analisis SWOT diatas dapat dibuat sebuah kesimpulan untuk menentukan factor kunci keberhasilan bagi cv.purwakarta online.

Tabel 2: Faktor Kunci Keberhasilan (CSF)

No	Factor Kunci Keberhasilan (Critical Succes Factor)	Bobot
1	Brand Image	20
2	Kualitas	20
3	Desain Artistik	20
4	Pemasaran	40
Total		100

Strategi CV.Purwakarta Online

Dari hasil analisis yang didapat maka CV.Purwakarta Online menerapkan beberapa strategi yang digunakan untuk membangun CV.Purwakarta Online yaitu Analisis SWOT, Ansoff Strategy dan Generic Strategy. Yang mana ketiga strategi ini memiliki peran yang besar dalam proses bisnis di CV.Purwakarta Online. Berikut uraian dari ketiga strategi diatas:

Untuk mengidentifikasi strategi korporasi digunakan matrix SWOT yang berguna untuk memetakan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang.

Tabel 3: Identifikasi strategi korporasi dengan matrix SWOT

	Kekuatan (Strengths) Kode S1,S2,S3,S6	Kelemahan (Weaknesses) Kode W1,W2,W3
Peluang (Opportunities) Kode O1,O2,	Strategi S-O	Strategi W-O
	Pembuatan SCM (S1,S2-O1)	Pembangunan e-commerce (W2,W3-O1,O2)
Ancaman (Threath) Kode T1,T2,T3	Strategi S-T	Strategi W-T
	Meningkatkan pelayanan pada customer (S3,S6-T1,T2)	Pelatihan SDM, Outsourching (W1-T3)

Ansoff Strategy digunakan untuk mengidentifikasi strategi bisnis yang cocok untuk digunakan pada cv.purwakarta online.

Tabel.4: Ansoff Strategy : Identifikasi Strategi Bisnis

PASAR		LAMA	BARU
LAMA	Penetrasi		Pengembangan Pasar
	1) Menambah tingkat pengguna lama		1) Membuka pasar geografis baru
	2) Memikat pelanggan pesaing		2) Memikat segmen pasar baru
	3) Memikat bukan pengguna untuk membeli produk		
	Pengembangan Produk		
BARU	1) Mengembangkan atribut produk		
	2) Mengembangkan beragam tingkat mutu		
	3) Mengembangkan model dan ukuran lain		

Generic Strategy : Alat Bersaing

Dari hasil analisis dan identifikasi korporasi serta identifikasi strategi bisnis maka didapat sebuah strategi untuk menentukan alat untuk bersaing pada CV.Purwakarta Online yaitu strategi diferensiasi Michael Porter. Yang mana pada strategi diferensiasi ini CV.Purwakarta Online hanya menjual produk grabah yang dimiliki UKM-UKM yang ada di kabupaten Purwakarta.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah sebuah kerangka kerja dalam pembangunan e-commerce dengan pendekatan B2C yang akan digunakan pada sebuah institusi perusahaan (CV.Purwakarta Online).
2. Teknik analisis yang digunakan ada dua, 1. Analisa Eksternal: Teknik yang dipakai PEST untuk lingkungan social dan Porter Five Force untuk lingkungan tugas, 2. Analisa Internal: Teknik yang dipakai adalah Value Chain.
3. Dari hasil analisis yang didapat maka CV.Purwakarta Online menerapkan beberapa strategi yang digunakan untuk membangun B2C e-commerce pada CV.Purwakarta Online yaitu Analisis SWOT (Identifikasi Strategi), Ansoff Strategy (Identifikasi Strategi Bisnis) dan Generic Strategy (Alat Bersaing).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hunger , J. David, & Wheelen , Thomas L. *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003
- [2] Jelassi, Tawfik & Enders, Albrecht. *STRATEGIES for e-BUSINESS Creating Value through Electronic and Mobile Commerce Concepts and Cases*. England:Prentice Hall. 2004
- [3] Jogiyanto. *Sistem informasi strategik untuk keunggulan kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2005
- [4] Losin, Pete & Vacca, Jhon. *Electronic Commerce, Fourt Edition*. Charles Rever Media. 2004
- [5] Novia Sofia Fitriasari, Prototype Layanan E-Marketplace, Konferensi seminar nasional system informasi 2009. 2009
- [6] Saladin, Djaslim. *Manajemen strategi dan kebijakan perusahaan*. Bandung: Linda karya. 2004
- [7] Schneider, Gary P. *Electronic Commerce (Seventh Edition)*. Galatea Training Services Limited. 2007
- [8] Tripomo, Tedjo & Udan. *Manajemen strategi*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 2005
- [9] Watson, Richard T & Berthon, Pierre & Pitt, Leyland F & Zinkhan, George M. *Electronic Commerce: The Strategic Perspective*. Creative Commons Attribution 3.0 License.2007